



作为一名理财经理， 需要具备哪些基本功和专业能力？

如何给客户做专业的投资建议和资产配置？

如何与高净值客户打交道，让他们成为你的忠实客户？

如何通过售后服务维护老客户，创造更高的利润？

本书通过案例与方法相结合的形式，简洁明了地告诉你答案，
帮助每一位理财经理创造销售佳绩。



中国财富出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

一本书学透理财经理攻略 / 郭静著. —北京: 中国财富出版社, 2016. 7
ISBN 978 - 7 - 5047 - 6168 - 2

I. ①一… II. ①郭… III. ①银行—金融产品—营销 IV. ①F830. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 138786 号

策划编辑 黄 华

责任编辑 姜莉君

责任印制 方朋远

责任校对 杨小静

责任发行 邢有涛

出版发行 中国财富出版社

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼 邮政编码 100070

电 话 010 - 52227568 (发行部) 010 - 52227588 转 307 (总编室)

010 - 68589540 (读者服务部) 010 - 52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.cfpress.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京京都六环印刷厂

书 号 ISBN 978 - 7 - 5047 - 6168 - 2/F · 2611

开 本 710mm × 1000mm 1/16 版 次 2016 年 7 月第 1 版

印 张 14. 25 印 次 2016 年 7 月第 1 次印刷

字 数 212 千字 定 价 38. 00 元

版权所有 · 侵权必究 · 印装差错 · 负责调换

前 言

为什么你的销售业绩会遭遇瓶颈？为什么你的网点人气不足、客户量少？为什么你留不住高净值客户？为什么和你一起入行的同事收入比你高、成长比你快？本书将精准地指引你寻找答案。

客户需要理财，银行倚重理财，理财经理自然越来越吃香了。但究竟怎样才能摸透客户、搞清市场、玩转营销，在激烈的竞争中找到比较优势，通过提供差异化服务成为连接客户与银行不可或缺的纽带，继而通过打造特色品牌，成就金融业不可复制的神话呢？笔者通过多年培训实践所提炼出的经验和技巧，凝聚而成的本书，正是破解其中奥秘的“圣经”。

本书全面解析投资理财行业状况，精密剖析理财经理职业特点，归纳提炼金融产品营销技巧，推演再现各类客户沟通过程，集合一线理财经理实践经验，总结理财产品销售心得，突出新形势下金融机构理财业务创新亮点。

全书从专业视角出发，从理财经理岗位要求、理财经理素质要求、理财经理知识要求、理财经理技能要求四个方面讲述银行理财经理上岗所必须掌握的知识与技能。此外，本书特别加入了营销高净值客户的实战技巧，以案例与技巧相结合的形式，向广大理财经理更透彻、更清晰地展示金融大潮席卷下金融产品销售的新模式、新思路。

本书告别文辞晦涩、格式死板的通病，力求行文轻松、格式清新。诸多枯燥的数字运算也用场景式的对话形式体现，让读者在愉快阅读的同时，不知不觉地吸收丰富的知识内涵。

作 者

2016 年 3 月

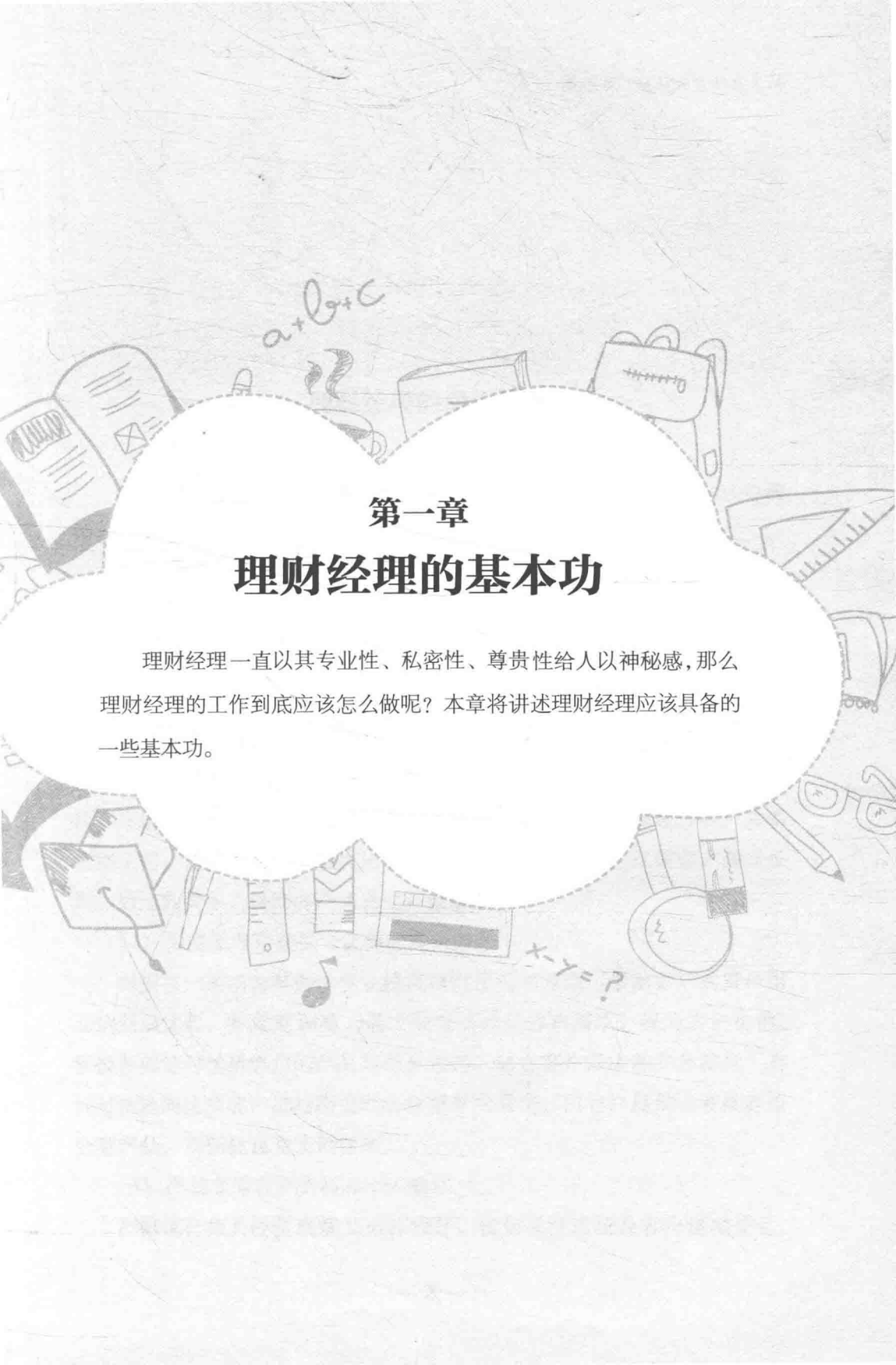
目 录

第一章 理财经理的基本功	1
理财经理的岗位认知	3
理财经理的职业规划	7
理财经理的角色定位	9
理财经理必备的 5 种意识	11
理财经理必备的 6 种能力	18
第二章 理财经理的公关能力	29
理财经理开展产品营销的三要素	31
理财经理必备的基本素养	38
根据 6 种客户人格特质设计应对方案	49
想在金融界混得好, 要具备 6 个好习惯	65
第三章 理财经理沟通话术实战	73
巧妙沟通, 打动人心	75
提升你的倾听能力	81
通过提问引发客户需求	87
说服客户三部曲	92
应对 4 类客户, 促成经典话术	93
银行理财产品销售话术参考	98



信托产品销售话术推荐	104
第四章 电话沟通的技巧——攻心与攻脑	111
电话沟通前要做的准备	113
提高电话营销的声音感染力	116
魅力声音的 6 大关键因素	118
理财经理接听、拨打电话的礼仪技巧	121
如何与客户进行有效沟通	124
拿起电话知道该怎么说	127
理财经理电话邀约句式	130
理财经理电话开场经典话术	132
打消客户对理财产品的顾虑	134
第五章 如何与高净值客户打交道	147
消除与高净值客户打交道的障碍	149
营销高净值客户的必备能力	151
寻找高净值客户的方向	155
与高净值客户的接触技巧	157
办一场“高大上”的客户沙龙	164
拉近客户距离，与客户“交朋友”	168
私人银行资产配置方案	175
第六章 售后服务可以创造利润	185
金融产品营销始于售后	187
老客户的维护和营销	190
售后跟进：让老客户介绍新客户	196
售后用心，就能巧妙挽留客户	200

找到客户拒绝你的原因	205
利用工具与客户保持跟进联系	211
客户亏了钱，理财经理怎么办	217
后 记	219



第一章 理财经理的基本功

理财经理一直以其专业性、私密性、尊贵性给人以神秘感,那么理财经理的工作到底应该怎么做呢?本章将讲述理财经理应该具备的一些基本功。

理财经理的岗位认知

岗位认知就是对一个工作岗位的理解和认识，包括岗位职责、必备的知识、职业道德等。

1. 岗位职责

在理财业务实践中，对于理财经理岗位职责有如下归纳。

(1) 优质客户挖掘拓展

通过系统挖掘、理财中心其他岗位人员推介、优质客户推介等渠道，主要在理财中心内部积极开发优质客户资源和优质客户关系维护；了解优质客户信息，建立并管理优质客户档案；有计划、规范性地进行客户关系管理工作；为优质客户提供优先、优惠和附加值服务；与优质客户建立长期、稳定的关系，提高客户满意度和忠诚度。

(2) 为优质客户提供专业化的理财服务

根据客户需求为其提供专业投资理财建议和筹划，帮助客户的资产组合达到最优化，并定期调整，最大限度地满足客户需求、提升客户价值。积极开展针对优质客户的产品与服务营销。结合客户需求和产品特性，有针对性地向优质客户进行相关产品和服务的营销；向客户提供或者推荐组合型产品，不断提高交叉销售率。

(3) 严禁泄露客户资料和个人隐私

严格执行相关经营政策及运作程序，密切关注市场及客户情况变化，

积极防范风险，维护客户资产及权益。

2. 必备的知识

今天的金融市场，有着丰富的理财产品，要想吸引并牢牢黏住客户口袋里的钱，实现“财源广进”，以下几个方面的知识是理财经理必须具备的。

(1) 理财基础知识

理财经理应该对理财是什么、理财业快速发展的背景和原因、理财发展的历史及现状等问题非常清楚。

(2) 金融资产运用的基础知识

与经济金融有关的基础知识主要包括经济发展动向、财政金融政策变动、金融机构的种类和特征、利息的种类和分析、外汇汇率动向、股票和房地产价格变动等。理财经理在进行理财策划时，不能对客户做出诸如今后利率一定上升、股票一定上涨、所投资的外汇要贬值、房地产价格要下跌等断言，因为这样会误导客户。理财经理必须具备各种金融资产的运用知识，同时要对各种金融资产存在的风险有充分的认识。

(3) 人生设计的基础知识

根据客户的人生设计，计算或分析客户的工资、养老金等收入和基本生活费、子女教育基金、住房资金、老年生活费等支出。从长远的角度为客户进行理财设计，这是理财策划的基本目的。理财经理对客户的人生目的充分掌握是很有必要的。通过相关分析，可以知道客户的孩子上学会不会发生赤字、购入期望的住宅以及偿还贷款等将对家庭生计产生多大的影响等，这一系列问题必须进行充分考虑。

因此，理财经理必须将客户的问题进行系统整理，这将有助于提出解决问题的方案，再根据现金流分析相关的基础知识，为客户编制人生大事表和现金流量表，就能够分析掌握客户各种资金的数据，方便为其提供更加完善的理财服务。

(4) 风险与保险均衡的理财设计知识

客户在进行理财投资时，往往会遇到市场风险、财务风险、管理风险、利率风险、通胀风险、经济大势变化风险、行业风险以及流动性风险。

理财经理为帮助客户合理理财，规避或转嫁风险，需要详细掌握客户的资产负债情况。理财经理必须明确各种保险类型的特点，要能够为客户进行妥善的保险设计。

(5) 节税理财的基础知识

有关税金的咨询、税金申报等业务，按照税法的规定，这是税务师固有的业务，理财经理不能够单独从事这些业务。因此，理财经理在进行节税理财时，经常需要税务师的帮忙。理财经理也要加强对税法知识的学习，正确掌握个人所得税节税方法也是理财的一个重要方面。

(6) 财产及财产转移设计的基础知识

我国几千年传统的“养儿防老”这一古训早已在中国人的心里根深蒂固，然而，科学的经济分析表明：一个家庭的资本流向大多是从父母流向子女，逆向流动只有极少数，换句话说，父母抚养子女要比子女回报父母付出得更多。父母们辛苦了一辈子，还要将一生的积蓄留给下一代。根据日本理财协会每年进行的理财策划情况调查结果表明，客户向理财经理咨询最多的是关于财产继承和赠予方面的问题。因此，在帮助客户进行理财策划的时候，必须满足客户“将财产尽可能多地留给下一代”的要求。

3. 职业道德

作为理财经理，一定要遵守职业道德。

(1) 正直诚信

理财经理不能因为个人的利益而损害客户的利益。如果理财经理并非由于主观故意而导致错误，或者与客户存在意见分歧，且该分歧并不违反法律，则此种情形并不违背正直诚信的职业道德规范。但是，正直诚信不

容忍欺诈或对做人理念的歪曲，要求理财经理不仅要遵循职业道德准则的文字，更重要的是把握职业道德准则的理念和灵魂。

(2) 客观公正

客观是指理财经理是以自己的专业知识进行判断，坚持客观性，不带感情色彩。公正是指理财经理在执业过程中对客户、委托人、合伙人或所在的机构应持公正合理的态度，对执业过程中发生的或可能发生的利益冲突应随时向有关方面汇报。因此，理财经理应摒弃个人情感、偏见和欲望，以确保在存在利益冲突时做到合理公正。

(3) 勤勉谨慎

理财经理在提供专业服务时，工作要及时、彻底、不拖拉，在理财规划业务中务必保持谨慎的工作态度。具体来说，勤勉就是理财经理在工作中要做到干练与细心，对于给客户提供的专业服务，在事前要进行充分的准备与计划，在事后要进行合理的跟踪与监控；谨慎就是要在提供理财规划服务中，从委托人的角度出发，始终保持严谨、审慎的工作态度，注意细节、忠于职守，在合法的前提下最大限度地维护客户的利益。

(4) 专业胜任

作为一名合格胜任的理财经理，必须具备资深的专业素养，每年保证一定时间的继续学习，及时储备知识，以保持最佳的知识需求量。理财经理有义务在提供服务的过程中，既要做到专业，同时又要尽责，秉承严谨、诚实、信用、有效的职业素养，用专业的眼光和方法去帮助委托人实现理财目标。

(5) 严守秘密

理财经理不得泄露在工作过程中知悉的客户信息。理财经理在工作中与客户建立个人信任关系，是基于客户相信提供给理财经理的信息不会被理财经理随意泄露。所以，理财经理必须恪守严守秘密的职业道德原则，确保客户信息的保密性和安全性。

理财经理的职业规划

作为理财经理，你有自己的职业规划吗？

要激发理财经理的营销积极性，首先要让他把自己的职业规划做好，这样，他做工作才会更主动，而不怕缺乏足够的动力。

如何做好职业规划？职业规划的目的，一方面是跟领导沟通未来的规划，另一方面是自我反省。在职业规划的内容上，对领导而言，你是在设定未来（可能短到一年内）预计达成的工作目标；对自己而言，你是在设定自我突破的规划。

规划是提高工作效率的有效手段，写职业规划实际上就是对我们自己工作的一次盘点，让自己做到清清楚楚、明明白白。可以说，规划是我们走向积极式工作的起点。

1. 制订职业规划的要求

（1）目标要数字化

只有形容词的空泛目标是没有意义的，所以要把职业规划的目标与内容数字化，例如时间化、数量化、金额化。

（2）行动要具体化

有了数字化的工作目标，还要附带有有效的执行规划。

（3）学习要常态化

你应该同时制订年度的自我学习规划。公司对员工自我学习通常是抱持正面的态度，有些公司甚至规定学习规划是职业规划应具备的项目。

（4）沟通要面对面化

完成职业规划后，一定要面对面地与领导沟通，而不是只用电子邮件把职业规划传送给领导。面对面沟通的好处是你可以通过领导的表情与肢



体动作，更清楚地了解领导对你的各项职业规划的看法。你也可以通过面对面的机会，告诉领导你的中长期目标，例如两年内希望从技术部门调往营销部门，或是三年内希望担任领导等职，请领导针对职业规划与学习规划给予建议。总之，不要把制订职业规划当作是交差了事的例行事项，应该借这个机会，重新检视自己的职场生涯规划。

2. 对职业规划的执行

计划终究是计划，能不能起到作用还要看执行效果。既然制订了接下来一段时间的工作计划，那么在平常的工作中，就要注意对计划执行效果的审视与总结。除了公司在日常管理中的考核以外，对于个人而言，也要留心职业规划的执行情况。当你发现偏离了职业规划时，就要检验是不是自己的工作出现了问题，这时要更加注意并及时调整。

首先，要调查清楚实际情况，只有根据本部门与现实相结合的情况，做出的规划才能被更好地执行。其次，每个部门在一个月内的职业规划应该拿到例会上进行公开讨论。目的有二：第一，通过集体智慧检查方案的可行性；第二，自己部门的工作难免要涉及其他部门，通过讨论赢得上级支持与同级其他部门的协同合作。除此以外，职业规划应该是弹性的。当职业规划的执行偏离或违背了我们的初衷时，就需要对其做出相应的调整，不可以为了规划而规划。在职业规划的执行过程当中，部门领导要常常跟踪检查执行情况与进度。发现问题的时候，就地解决并继续前进。因为中层干部不仅仅是管理人员，同时还是执行人员，不应只是做所谓的方向与原则的管理而对问题及现场不加以深入分析。最后，修订后的职业规划应当交由公司领导审核与签字，并负责跟踪执行与检查。

总的来说，制订规划的目的就是执行。对未来的预测，应当建立在客观实际的基础上，千万不可盲目地、无根据地制订规划。只有这样，才能使规划有可行性。制订任何一项规划，都要求具备明确的目的，就是指在一定的时间内完成什么任务，获得何种效益。这也是工作的方向与依据，

并具有很强的指导性、规范性和约束性。社会在不断前进，情况在不断发展，对事先制订的规划而言，很难面面俱到地进行预测。因此，规划能否完成，要从主观与客观两个方面去总结。假如在规划执行过程中，客观情况发生了变化，就要适时地给予修订。因此，规划不仅要有指导性，也要有可变性。

理财经理的角色定位

在服务任何一个客户以前，理财经理必须非常清楚自己的定位，自己能为客户提供什么样的服务。理财经理的角色定位在很大程度上是由使用的理财模式所决定的。

专业的金融理财服务模式是以服务为导向的理财模式。在以服务为导向的理财模式中，理财经理的作用和功能可以得到充分的发挥。在一个完整的金融理财服务流程中，理财经理可以通过分析和评估客户的财务状况和生活状况，明确客户的长期理财目标，并为客户制订一个合理、可操作的理财规划。然后，选择合适的金融产品，帮助客户实施其他的有关理财规划的细节。同时，每当客户在做重大的消费和投资决定的时候，理财经理应帮助他们了解这些决定对他们未来长期目标的影响，从而满足客户在人生不同阶段的理财需求。

然而，现实中很多理财经理在试图向客户介绍金融理财服务的时候，常常出现这样的尴尬：当你解释了金融理财服务后，客户说，你到底是让我买什么？在很多时候，甚至你也往往忘了自己所提供的服务其实就是自己真正的产品。

让我们从金融理财服务的六大步骤来看看如何解决这一问题。

第一，理财经理必须和客户建立起一个长期的、以实现客户在人生不同阶段的财务目标为目的的合作关系。这和以产品营销为导向，以销售产



品而获得佣金的目的有本质的区别。

第二，要通过收集客户的财务资讯，帮助客户更好地了解自己目前的家庭财务状况，并建立明确的、可衡量的、可实现的、有时间性的人生各阶段的理财目标。

第三，分析客户目前的财务状况，结合客户的财务目标，为客户制订各项理财指标，包括未来的储蓄目标和所需投资报酬率、投资资产配置等，以及为客户寻找合适的金融产品和工具。

第四，向客户提供并解释书面金融理财规划书。

第五，在取得客户的同意后，帮助客户实施具体的理财规划，包括购买金融产品。

第六，也是金融理财过程中必不可少的，而且能为金融机构带来长期稳定服务收入的持续的金融理财服务。因为金融理财的目标在于帮助客户实现人生不同阶段的财务目标，而客户的内在和外在情况都处于不断地变化中，所以在完成初始的金融理财规划后，理财经理必须至少每年一次为客户提供持续的理财服务，以保证客户的目标得以实现。

从金融理财服务的六大步骤来看，理财经理至少能向客户提供以下8项服务内容：

- ①帮助客户了解目前的财务状况。
- ②帮助客户制订合理可行的长远理财目标并将其量化。
- ③找出比较指标（客户所需的投资报酬率、长期的储蓄率等）。
- ④以书面形式分析和评估客户的财务状况和生活状况（如家庭财产流动性状况、负债状况、家庭风险管理状况、目前的资产配置状况及其存在的风险等），并提供具体建议（债务管理、遗嘱订立、租税安排、保险建议、所需投资报酬率等）。
- ⑤提供投资建议（介绍理性、正确的长期投资理念，并根据客户达成目标所需的投资报酬率进行资产配置）。
- ⑥向客户推荐合乎客户需求的各类金融产品。